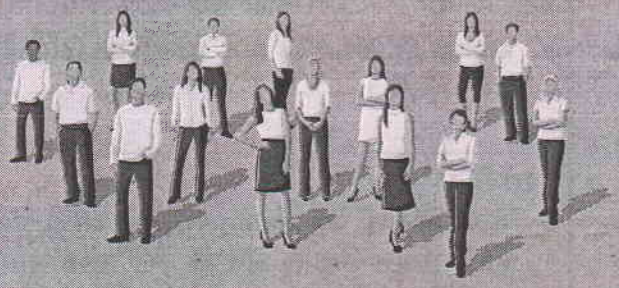


# यूनिट 14

## सॉफ्ट स्किल्स (अपनी और कम्पनी की सकारात्मक छवि प्रस्तुत करना)

| Unit | Chapter |
|---|---|
| सॉफ्ट स्किल्स (अपनी और कम्पनी की सकारात्मक छवि प्रस्तुत करना) | ग्रूमिंग |
| | विभिन्न प्रकार के ग्राहक और ग्राहक सेवा |
| | संचार |



# यूनिट 14.1 ग्रूमिंग

## उद्देश्य

- ग्रूमिंग के महत्व को समझना।
- अपने कार्यस्थल पर तैयार होकर जाना।

## मॉड्यूल

14.1.1 ग्रूमिंग

## 14.1.1 ग्रूमिंग

रिटेल ट्रेनी एसोसिएट के लिए ग्रूमिंग महत्वपूर्ण है क्योंकि वह पूरे दिन भर ग्राहकों से संपर्क बनाए रखता है। एक सेल्स अधिकारी को ग्राहक की नज़रों में अच्छी छवि बनानी होती है। एक बार अचछी छवि बनने के बाद ग्राहक सम्मानजनक व सहज महसूस करता है। अच्छी ग्रूमिंग के लिए निम्न बातों पर ध्यान दें –

| पुरूष | स्त्री |
|---|---|
| कपड़े<br>• अच्छी फिटिंग वाला कपड़ा जो अच्छे से इस्त्री हो।<br>• कमीज–प्लेन, धारदार, चेक और रेगुलर फिट वाली हों।<br>• पैन्ट–प्लेन स्ट्राइप्स तथा रेगुलर फिट हों। | कपड़े<br>• अच्छी फिटिंग वाला कपड़ा पारंपरिक पोशाक (साड़ी/सूट) या वेस्टर्न पोशाक (स्कर्ट, पैन्ट और ब्लेजर पहनें) |
| रंग<br>• नीला, काला, सफेद या अन्य हल्के रंग के हों। | रंग |
| जूते/मोजे<br>• जूते पॉलिश होने चाहिए, मोज़े गहरे रंग के होने चाहिए ठीक वैसे जैसी आपने पैन्ट पहनी है। | जूते/मोजे<br>• एड़ियाँ ढ़की हो, पंजे ढ़के हों तथा आप के लिए आराम दायक हों (लंबी हील वाले जूते न पहने) |
| बाल<br>• अच्छे से बने हों व छोटे हों। अत्यधिक तेल न लगाएं। इंटरव्यू से कम से कम 1 सप्ताह पहले बाल कटवा लें। | बाल<br>• सफाई से बने हों। लंबे बालों के लिए हैयर अप प्रयोग करें। |
| एक्सेसरीज<br>• बेल्ट लेदर की हो और आपकी पैनट से मेल खाती है। अंगूठी और फेंसी घड़ियाँ पहनने से बचें। | एक्सेरीज<br>• नेल पॉलिश सफाई से लगी हो थोपी प्रतीत न हो। नाखून ज्यादा लंबे न रखें और आवश्यकता से अधिक जेवरात पहनने से बचे। |

## हमनें सीखा

- पुरूशों की ग्रूमिंग
- स्त्रियों की ग्रूमिंग

# यूनिट 14.2 विभिन्न प्रकार के ग्राहक और ग्राहक सेवा

**उद्देश्य**

- विभिन्न प्रकार के ग्राहकों को समझना।

**मॉड्यूल**

14.2.1 विभिन्न प्रकार के ग्राहक
14.2.2 ग्राहक सेवा

## 14.2.1 विभिन्न प्रकार के ग्राहक

बार–बार आने वाले ग्राहक – इस प्रकार के ग्राहक लॉयल कस्टमर कहलाते है क्योंकि वह बार बार आपके स्टोर में आकर खरीदारी करते है। इस प्रकार के ग्राहकों से किसी भी प्रकार का व्यवसाय चलता है और उनका इसी अनुरूप सम्मान होना चाहिए। वह आपकी पहली सेवा से ही प्रसन्न होकर बार बार आपके स्टोर में सामान खरीदने आते है। अतः जब तक आप ग्राहक की आवश्यकता को पूरा कर पाएंगे आपके पास ग्राहक वापस आता रहेगा। यह अनुमानित किया गया कि एक लॉयल कस्टमर को बदलने में या बनाने में पांच गुना प्रयास लगता है जबकि सेवा प्रदान करने में बहुत कम महनत लगती है।

डिस्काउंट मांगने वाले ग्राहक – डिस्काउंट मांगने वाले ग्राहक भी निरंतर आपके स्टोर में आते हैं परंतु वे डिस्काउंट के समय पर ही या कम कीमत की वस्तुओं को खरीदते हैं। जितना ज्यादा डिस्काउंट उतना ही अधिक वह खरीदारी करेंगे। इस प्रकार के ग्राहकों का भी रखना बहुत जरूरी है क्योंकि वह आपके व्यवसाय को लाभ पहुँचाने में बड़ा सहयोग देते हैं।

इंपलसिव ग्राहक – ऐसे ग्राहक केवल आग्रह करने पर ही खरीदारी करते है। वे किसी विशेष वस्तु की खरीदारी के लिए नहीं बल्कि उस समय उन्हें क्या पसंद आ रहा है देखकर ही खरीदारी करते हैं। इस प्रकार के ग्राहकों कैसे संभालना चुनौती भरा है क्योंकि वह किसी एक वस्तु को ध्यान में रखकर खरीदारी करने नहीं आया है और चाहते है कि सप्लायर उन्हें अलग अलग प्रकार की वस्तुएं दिखाएं। यदि इंप्लसिव कस्टमर सही प्रकार से संभाले जाते है तो काफी अच्छा लाभ हो सकता है।

नीड बेस्ड कस्टमर – इस प्रकार के ग्राहक केवल उन्ही वस्तुओं को खरीदते है जिनकी उन्हें जरूरत है। यह निरंतर स्टोर में आते रहते है परंतु ज्यादातर समय खरीदारी नहीं करते है। अतः ऐसे ग्राहकों को संतुष्ट करना थोड़ा कठिन है। इस प्रकार के ग्राहकों को सकारात्मक व्यवहार से विभिन्न प्रकार की वस्तुओं को प्रदर्शित करके खरीदारी के लिए प्रेरित किया जा सकता है। यह ग्राहक यदि सकारात्मकता से नहीं संभाले गए तो उनकी वापस आने की संभावना समाप्त हो जाती है।

वॉडरिंग कस्टमर – इस प्रकार के ग्राहक निश्चित नहीं कर पाते है उन्हें क्या खरीदना है। इस प्रकार के ग्राहक स्टोर केवल अपनी जरूरत के सामान सुनिश्चित करने के लिए आते हैं। यह ग्राहक सभी स्टोरों पर अलग–अलग ब्रांड के उत्पादों की जानकारी लेते हैं परन्तु खरीदने में कम दिलचस्पी है। इस प्रकार के ग्राहकों का उत्पाद की विभिन्न विशेषताओं की पूरी जानकारी देकर सामान बेचा जा सकता है।

## 14.2.2 कस्टमर सर्विस

ग्राहक का अनुभव

उदाहरण – आप अपनी पत्नी के लिए कोई उपहार खरीदने एक गिफ्टशॉप पर जाते हैं। सेल्स गर्ल इसमें आपकी सहायता करती है और वह गिफ्ट को अच्छी तरह पैक कर आपको देती है। सेल्स गर्ल ने आपको बहुत अच्छी कस्टमर सर्विस दी है।

कस्टमर सर्विस के आधार पर आपका प्रदर्शन मापा जाता है:

- कस्टमर सर्विस के अनुसार उत्पाद या सेवा प्रदान करने की क्षमता है।
- कस्टमर सर्विस किसी संस्था की ग्राहक की आवश्यकता अनुसार उत्पाद या सेवा प्रदान करने की क्षमता है।
- ग्राहक की सकारात्मक रूप से ध्यान रखने की प्रक्रिया कस्टमर सर्विस हैं।

कस्टमर सर्विस ग्राहकों को अच्छी सेवाएं प्रदान करने से वचन देता है जिसमें शामिल है –

- व्यवहार
- ज्ञान
- तकनीकी सहायता
- समयपर अच्छी सेवा प्रदान करना

कस्टमर सर्विस के चरण

1. प्री कस्टमर सर्विस:
   - उत्पादों को क्रम में डालना (सही शेल्फ, सही से एकत्रित करना और नियमित सफाई इत्यादि आवश्यक है)।
   - उत्पाद की सही जानकारी हासिल करना (कम्पनी, मूल्य, वज़न, आकार, उत्पादन तिथि उपयोग तिथि, तत्व, प्रयोग विधि इत्यादि शामिल हैं)।
   - प्रतिस्पर्धी कम्पनियों की सूचना (कौन सी कम्पनियाँ इस प्रकार के उत्पाद बेच रही हैं, उनके मूल्य, विशेषताएँ और आपके उत्पाद की विशिष्टता इत्यादि)।
2. कस्टमर सर्विस:
   - ग्राहकों का सीधे व फोन पर अटेंड करें। (अभिवादन करें, उत्पाद का परिचय दें, जरूरत को समझें, पूछी गई जानकारी जैसे – गारंटी, फीचर्स, लाभ, छूट इत्यादि दें)।
   - उत्पादों का विकल्प जानकारी दें (विभिन्न विकल्पों के बारें में बताएं गारंटी, तुलनात्मक गुणों, लाभ, डिस्काउंट इत्यादि की जानकारी)।
   - ग्राहक को सर्वोत्तम उत्पाद की जानकारी दें (ग्राहक की आवश्यकता अनुरूप उसे विकल्प दें और सेल क्लोज करें)।
   - ग्राहक की सारे प्रश्नों व शंकाओं का समाधान करें (मूल, विशेषता, गुण और भांकाओं का निवारण करें)।
3. पोस्ट कस्टमर सर्विस:
   - विश्लेशण करें कि और क्या नई सेवाएं प्रदान कर सकते हैं (नये सर्विस ऑफर जाँचें और सुनिश्चित करें जैसे कस्टमर सर्विस सुधारी जा सकती है स्टोर मीटिंग बुलाएं।)
   - कार्य प्रणाली में परिवर्तन लाएं (कस्टमर सर्विस सुधारने के लिए उपायों को कार्यन्वित करें)।

## कस्टमर सर्विस की आवश्यकता और उसका महत्व

महत्व : स्टोर पर ग्राहक संपर्क बिंदु कस्टमर सर्विस है। कुछ ग्राहक स्टोर पर सैकड़ो और हज़ारों रूपये खर्च देते है। इसी कारण जब भी उन्हें उत्पाद या सेवा संबंधी कोई समस्या हो तो वे उसके समाधान के लिए कस्टमर सर्विस से अपेक्षा रखते हैं।

पहचान : कस्टमर सर्विस के आधार पर ही आप प्रतिस्पर्धा में अंतर कर सकते हैं। उदा. मूल्य के आधार पर किसी भी दो टेक्सटाईल रिटेल स्टोरों में अंतर करना कठिन है। अतः कस्टमर सर्विस के आधार पर ही इनका मूल्यांकन किया जा सकता है।

फंक्शन : अच्छे कस्टमर सर्विस के आधार पर किसी भी व्यवसाय के ग्राहकों से नियमित आय होती रहती है। इसी के परिणाम स्वरूप स्टोर में बिक्री तथा लाभ बढ़ता है। इसके विपरीत खराब कस्टमर सर्विस से ग्राहकों का नुकसान होता है और व्यवसाय पर नाकारात्मक प्रभाव पड़ता हैं। पुराने ग्राहक की तुलना में नए ग्राहक बनाने में काफी अधिक व्यय होता है। अतः अच्छी कस्टमर सर्विस लंबी अवधि में लाभदायक होती है।

प्रचार : ग्राहक किसी स्टोर की अचछी सर्विस की जानकारी अपने दो या तीन दोस्तों के साथ बांटते हैं। अतः अच्छी कस्टतर सर्विस व्यवसायिक संस्थाओं के प्रचार–प्रसार का श्रोत है।

रोकथाम/समाधान : संभावित शिकायतें कस्टमर सर्विस को और भी अधिक महत्वपूर्ण बना देती है। ग्राहक अच्छी सेवा या उत्पाद नहीं मिलने की स्थिति में शिकायत दर्ज करवाते है। यदि उन्हें सेवाओं या उत्पादों में कोई शिकायत मिलती है तो उनके अधिकार क्षेत्र में संबंधित कम्पनी के विरुद्ध कानूनी प्रक्रिया शामिल है।

## स्किल्स प्रैक्टिकल

1. निम्नलिखित शब्दों में से उन शब्दों को चुनें जो अच्छी कस्टमर सर्विस ओर बुरी कस्टमर सर्विस को दर्शाते है –

   *उदासीन, अशिष्ट, खुशी, सहानुभूति रखने वाला, सहायता करने वाला, जानकार, चिड़चिड़ा, आक्रामक, तेज, ईमानदार, लिखना न करने वाला, सही, सकारात्मक, सभ्य, असम्मान, आक्रामक*

| | अच्छी कस्टमर सर्विस | बुरी कस्टमर सर्विस |
|---|---|---|
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |

2. निम्न ओपीनियन सर्वे के आधार पर अच्छी कस्टमर सर्विस पर अपनी राय दें। प्रत्येक वाक्य को निम्न पैमाने के आधार पर मार्क करें :

| 1–असहमत | 2–सहमत | 3–पूर्ण रूप से सहमत |
|---|---|---|

| | |
|---|---|
| 1. | ग्राहक से बात करते समय केवल ग्राहक पर ही ध्यान दें बाकी काम छोड़ दें। |
| 2. | अधिकतर ग्राहक आपसे परिपूर्णता की अपेक्षा नहीं रखते है वे जिम्मेदारी की अपेक्षा रखते हैं। |
| 3. | मौखिक मार्केटिंग, प्रचार का सबसे प्रभावी तरीका है। |
| 4. | हमेशा ग्राहक को बताएं कि आप उनके लिए क्या कर सकते है न कि आप क्या नहीं कर सकते है। |
| 5. | यदि ग्राहक गलत है तो उससे बहस करें और अपनी बात सुनने के लिए उसे बाध्य करें। |
| 6. | ग्राहक से बात करते समय गैर जरूरी फोन लेना। |
| 7. | यदि आप ग्राहक के हितों की रक्षा कर रहें है तो आप अपने भी हितों की रक्षा कर पाएंगे। |
| 8. | खर्चे कम करने के लिए कर्मचारियों को वेतन कम दें। |
| 9. | अपना उत्पाद बेचने से अधिक ग्राहक के साथ अच्छा संबंध बनाना जरूरी है। |
| 10. | एक बड़ी संस्था पर एक ग्राहक के कम होने से कोई प्रभाव नहीं पड़ता है। |
| 11. | आपको ग्राहक को उस समय तक समझाते रहना चाहिए जब तक वह सामान खरीदने के लिए तैयार न हों। |
| 12. | ग्राहक आस पास हो तो ढ़ीली मुद्रा में बैठना या खड़े रहना। |
| 13. | यदि आप ग्राहक के प्रश्नों का उत्तर नहीं दे सकते हैं तो ग्राहक को स्पष्ट बता दें। |
| 14. | ग्राहक को संतुश्ट करना ही पर्याप्त है। |
| 15. | अपने सहयोगियों के साथ आपके बर्ताव का प्रभाव कस्टमर पर नहीं होता है। |

## हमनें सीखा

- विभिन्न प्रकार के ग्राहक।
- कस्टमर सर्विस।
- कसटमर सर्विस के चरण।

# यूनिट 14.3 संचार

## उद्देश्य

- संचार का महत्व।
- संचार के विभिन्न तरीके।

## मॉड्यूल

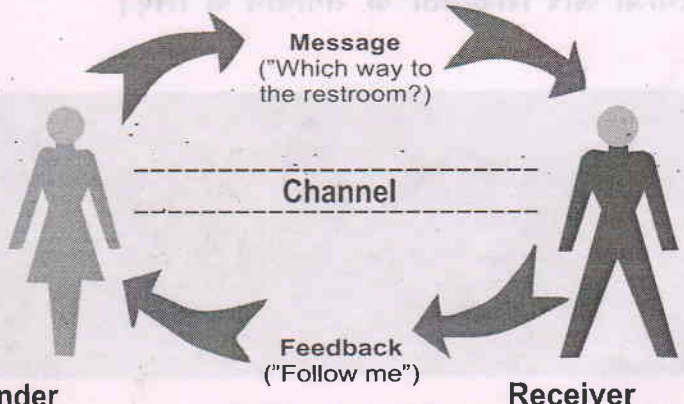
14.3.1 संचार की प्रक्रिया

### 14.3.1 संचार की प्रक्रिया

सभी सजीव प्राणी एक दूसरे से संचार करते हैं। उनमें से केवल मनुष्य ही भिन्न–भिन्न माध्यमों से संचार करता है। संचार भाषण, लेखन, दृश्यों, संकेतों, व्यवहार आदि के द्वारा अपने भावों व जानकारी को किसी के सामने प्रकट करने की विधि है। जब एक व्यक्ति किसी की बात या संदेश को पूर्णतः समझ ले तो संचार की प्रक्रिया को पूर्ण माना जाता है।

संचार की प्रक्रिया के चार प्रमुख घटक हैं:

| प्रेषक | संदेश | विधि / माध्यम | प्राप्तकर्ता |
|---|---|---|---|
| • व्यक्ति जो संदेश भेज रहा है या अपनी बात कह रहा है।<br>• सुनिश्चित करें कि सामने वाला व्यक्ति आपकी बात समझ रहा है या नहीं। | • सूचना का आदान–प्रदान।<br>• सूचना हमेशा स्पष्ट, सांक्षिप्त व ठीक होनी चाहिए। | • संदश देने का तरीका (भाषण, इशारा या लेखन)।<br>• माध्यम में किसी प्रकार की बाधा न हो। | • दूसरा व्यक्ति जिसे संदेश भेजा है वह संदेश पर प्रतिक्रिया दे। |



## संचार के प्रकार

आम तौर पर संचार को तीन मुख्य श्रेणियों में बांटा गया है:

मौखिक संचार: इस प्रकार के संचार में मौखिक शब्दों का उपयोग किया जाता है। प्रभावी मौखिक संचार दोनों तरफ से होता है। इस संचार में प्रेषक व प्राप्तकर्ता/रिसीवर दोनों उपस्थित होते हैं और संदेश का स्पष्ट रूप से आदान–प्रदान किया जाता है।
उदाहरण: टेलीफोन के द्वारा बातचीत, आमने–सामने बात करना आदि।

सांकेतिक संचार: इस प्रकार के संचार मे शब्द/भाषण का इस्तेमाल नहीं किया जाता है, बल्कि इसमें शारीरिक भाषा, इशारे व पोशाक आदि शामिल हैं।

लिखित संचार: लिखित संचार एक ऐसी विधि है जिसमें संदेश को लिखित रूप में अवगत कराया जाता है।

## प्रभावी संचार के सिद्धांत

प्रभावी संचार के 7 सी (C) हैं जो लिखित व मौखिक दोनों के लिए लागू होते हैं:

1. पूर्णता (Completeness): संचार पूरा होना चाहिए। रिसीवर के लिए जरूरी सभी आवश्यक तथ्य होने चाहिए।
2. संक्षिप्त (Consiceness): कम से कम शब्दों के उपयोग से अपनी बात को समझाना।
3. महत्त्व (Consideration): श्रोता की पृष्ठभूमि, मनोदशा, शिक्षा के स्तर, उनकी विशिष्ट आवश्यकताओं, भावनाओं आदि को ध्यान में रखकर उनसे बात करना।
4. स्पष्टता (Clarity): संचार को सटीकता व स्पष्टता के साथ कहना है न कि एक बार में ज्यादा से ज्यादा तथ्यों को समझाना। स्पष्टता संचार को सरल बनाती है।
5. स्थूलता (Concreteness): स्थूलता संचार का विशेष गुण है। उदाहरण: कहना कि 'दो पुरुषों ने 3 बजे परिसर में प्रवेश किया' अधिक उपयुक्त है जबकि 'दो पुरुषों ने 3 बजे के आस–पास परिसर में प्रवेश किया' संदेहजनक है।
6. सौजन्य (Courtesy): संदेश में प्रेषक की अभिव्यक्ति के साथ रिसीवर का सम्मान भी दिखना चाहिए।
7. शुद्धता (Correctness): संचार में व्याकरण की त्रुटियाँ न हों।

## रिटेल ट्रेनी एसोसिएट

रिटेल ट्रेनी एसोसिएट को मौखिक संचार में कौशल की आवश्यकता निम्न अवसरों के लिए होती है:

- आगंतुकों का स्वागत करने में।
- आभार प्रकट करने के लिए।
- सवालों के जवाब देने के लिए।
- दूसरों को सहायता प्रदान करने के लिए।
- सुरक्षा से संबंधित समस्याओं और शिकायतों के समाधान के लिए।

## हमने सीखा

- साचार का महत्त्व।
- संचार के प्रकार।
- प्रभावी संचार।

## सैद्धांतिक अभ्यास

1. संचार प्रक्रिया के चार मुख्य घटक हैं। सही या गलत?

   उत्तरः.....

2. लिखित संचार एक ऐसी विधि है जिसमें संदेश को ..... रूप में अवगत कराया जाता है।

3. प्रभावी संवार के कोई दो C बताओ।

   उत्तरः.....

   .....

4. सुरक्षा गार्ड को शिकायतों का सामना करने के लिए संचार–कौशल की आवश्यकता होती है। सही या गलत?

   उत्तरः.....